

ABSTRAK

Masyarakat zaman sekarang adalah manusia yang memiliki kebutuhan teknologi yang bisa mendukung setiap kegiatan yang mereka lakukan sehari-hari. Dengan adanya perkembangan teknologi *gadget* yang semakin canggih dan hadirnya *BlackBerry* yang bisa menjawab kebutuhan masyarakat di dunia maya. Kehadiran *BlackBerry* yang merupakan pelopor *gadget* sangat diminati masyarakat. Selain itu masyarakat memilih suatu ponsel juga berdasarkan trend yang sedang bergulir di lingkungan sekitarnya. Merek memegang peranan penting karena yang menjembatani harapan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, sehingga penulis bisa mendapatkan hasil yang mendalam untuk mengetahui secara sistematis citra merek *BlackBerry* dalam persepsi penggunaannya. Data dikumpulkan melalui observasi yang dilakukan disekitar kampus UPN "Veteran" Yogyakarta dan di tempat-tempat umum di daerah Yogyakarta. Wawancara juga dilakukan dengan para pengguna *BlackBerry* yang juga bertempat di Program Studi Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *BlackBerry* dipersepsikan oleh para penggunaannya sebagai *gadget* yang memenuhi setiap kebutuhan hidupnya di dunia maya dan kebutuhan berkomunikasi dengan mudah dan bisa ber *sosial network* setiap saat juga memenuhi kebutuhan *lifestyle* mereka. Dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi pengguna terhadap *BlackBerry* yaitu merupakan handphone yang memiliki segi prestis tersendiri bagi penggunaannya. Selain itu *Brand image BlackBerry* adalah gadget high technology dengan desain yang eksklusif dan mudah untuk digunakan

ABSTRACT

The society as today is people that need some new technologies that can support them to do their activities every day. With the development of new technology gadget that increasingly sophisticated and BlackBerry comes to answer all of the people needs. The presence of BlackBerry that becomes a pioneer of gadget is demanded of the people. Besides of that the people tend to choose some mobile phones based on "trend" that is in around the society. Brand image of mobile phones is important to them, because it is a bridge of the consumer. The research using of descriptive qualitative method, with the result that the writer can get the result more deeply to know systematically the brand image of BlackBerry in consumers perception. Data was collected form observation that did around the campus UPN "Veteran" Yogyakarta and some public places in area Yogyakarta. The section of interview also asks for BlackBerry"s user that in located in major of Communication UPN "Veteran" Yogyakarta. The results of this study indicate that the BlackBerry is perceived by its users as a gadget that meets every requirement of his life in cyberspace and the need to communicate with her easily and can social network at all times while meeting the needs of their lifestyle. From this research can be concluded that the perception of users of the BlackBerry is a phone that has the terms of prestige for its users. Additionally BlackBerry Brand image is a high technology gadgets with an exclusive design and easy to use.